

**Info, views,  
downtown  
news**

# 1441

**Participez!  
Appuyez!  
Profitez!**

Special Edition

1441 Drummond, Montréal, Québec

Edition Spéciale

## Publication nouvelle du quartier centre ville



Downtown Montreal: A place to live, eat, work and shop.

## Free paper packs ad power

**By Catherine Blackburn**

1441 is a new newspaper for the downtown community. It's written for people who live, eat, work and shop downtown. Right now there are more than 26,000 people who live in the sector of the downtown area bordered by Atwater, Pine, Peel and St. Antoine. This is the 1441 area. In it are people who depend on the 1600 merchants, retailers, businessmen, doctors, lawyers and other professionals

who are also part of this large, growing community. People like you. This is a new type of community paper. Its goal is to let the downtown community know what happens around it, to really let people who live in the area be a part of what is going on.

1441 is a publication, under the auspices of the YMCA at 1441 Drummond Street, but it is not a publication of the YMCA. It's a newspaper created by local

associations and people, individuals concerned that too few people were involved in downtown life, that this area of the city was merely groups of buildings and people scattered throughout less than a couple of square miles.

The major problem of downtown living is that the people who live here do not know what is available, what organizations have to offer, what community groups have planned, and what merchants want

to sell. The sad fact is that it is often easier to let a couple in the West Island know about your market specials and for you to develop a solid reputation than it is to have the people who live on the same block read about your store or services. This is because we advertise in papers or through the electronic media that cover a vast area, that reach many people, including people who can hardly

*Continued on page 2*

**Par Barry Lazare**

Le nouveau journal communautaire du centre-ville, c'est le 1441. Il s'adresse aux gens qui habitent le centre-ville, ou qui y viennent régulièrement pour manger, travailler et magasiner. Aujourd'hui, plus de 26,000 personnes vivent dans le secteur centre-ville, délimité par les rues Atwater, des Pins, Peel et St-Antoine. Il s'agit du secteur 1441, où bon nombre de gens sont tributaires de 1600 marchands, détaillants, hommes d'affaires, médecins, avocats et autres professionnels qui font aussi partie de cette grande communauté en pleine évolution. Des gens comme vous. Un nouveau journal communautaire, une nouvelle formule. Son but est d'informer les citoyens de la communauté des événements qui ont lieu au centre-ville, de permettre aux gens de participer réellement à la vie communautaire du quartier.

**Appuyée par le YMCA**

Le 1441 est une publication, appuyée par le YMCA du 1441, rue Drummond. Mais il ne s'agit pas d'une publication du YMCA. Ce journal est mis sur pied par des associations et des citoyens de la localité; des gens soucieux de constater que si peu de citoyens participent à la vie du centre-ville et que ce quartier est simplement constitué d'un ensemble d'édifices et de gens, dispersés sur quelque deux milles carrés.

**Publicité pour vous**

Au centre-ville, le problème majeur des résidents en est un de communication: ils ignorent tout des services existants, des services offerts par divers organismes, des activités mises sur pied par les groupes communautaires, des produits qu'offrent les commerçants au consommateur. La réalité? Souvent, il vous est facile d'annoncer une vente à un couple du West Island et de vous y bâtir une solide réputation alors que vous pouvez difficilement rejoindre les résidents de votre édifice pour les informer sur votre commerce et les services que vous offrez. Si cette situation existe, c'est que notre publicité se fait par le biais des journaux et des médias électroniques; nous couvrons ainsi un vaste secteur, nous rejoignons un grand nombre de personnes, dont

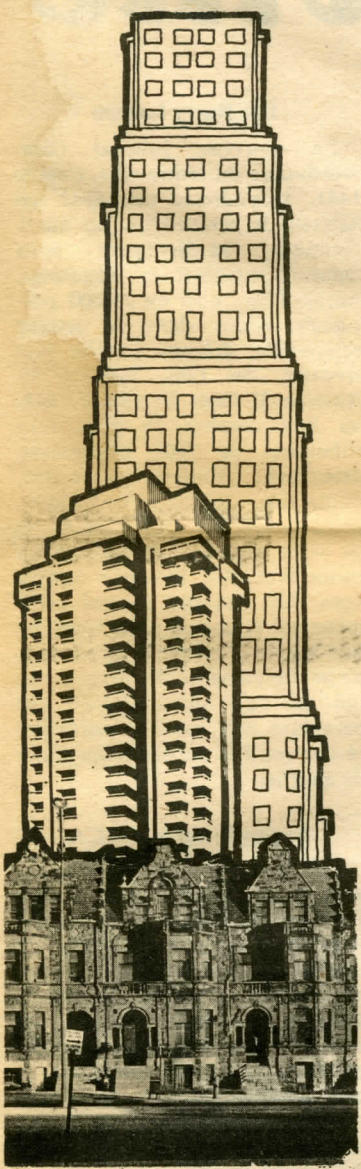
*Suite page 2*



# Downtown action

**Sales  
potential:  
\$306,000,000  
annual  
gross income**

(18,000 households)  
(at \$17,000 each)

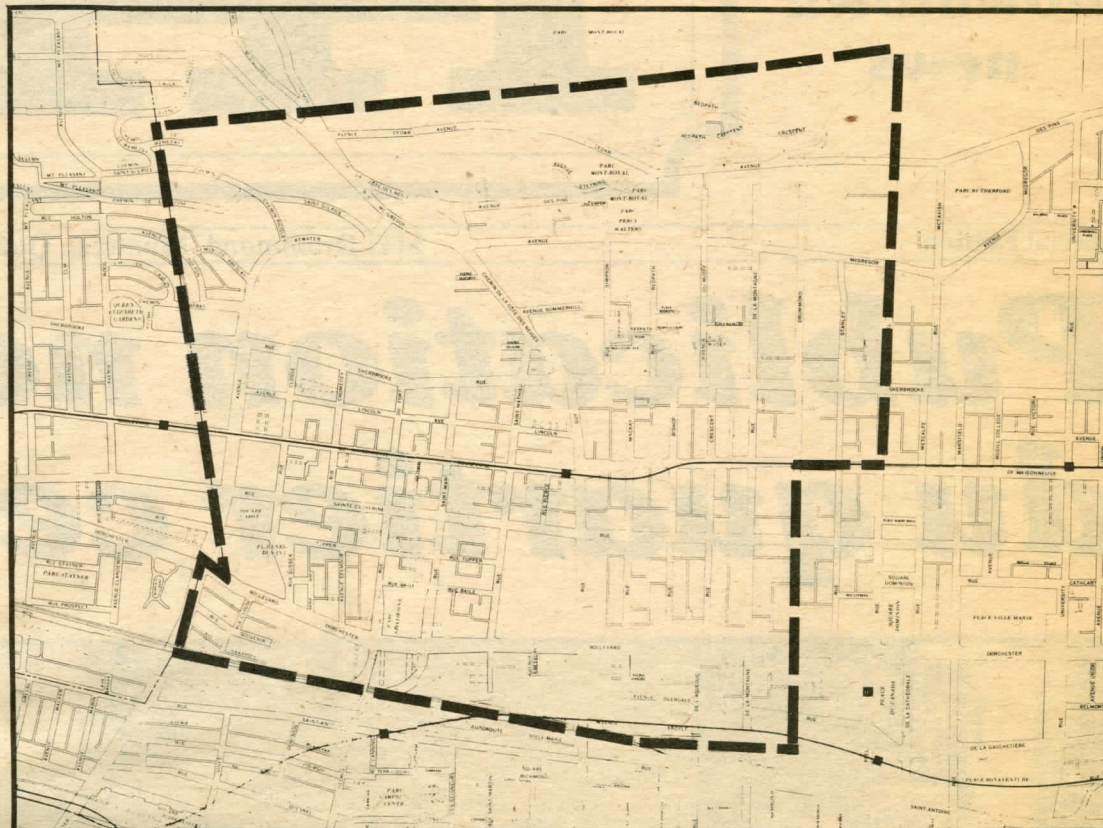


*From page 1*

ever use what you are selling. 1441 is different. It is for you and the people who live, work and buy in this community. 1441 will focus on events, movies, clubs, associations, neighborhood projects, services, people, organizations and stores. It is for the community and since you are part of the community, 1441 is for you. 1441 is a non-profit paper. It will, of course, accept advertising (about 50% of the twelve-page paper will be ads) because it should not be a drain on the community, but rather a newspaper to help those of us who live here know what a community is all about.

The paper will be bilingual, reflecting the diverse nature of the downtown community. There will be articles on people, groups and events who figure prominently in downtown life. Most of the newspaper will focus on the upcoming events of each month. There will be a special listing of essential community services such as hospitals, police and fire numbers, clinics, churches and schools. There will be featured columns dealing with financial problems, personal health, as well as local aldermen and municipal officials so that their views are known in the community. And of course there will be letters to the editors and room for the kind of general comment that people would like to write but for which there isn't much space in the larger city papers. This is a professional paper with our community in mind.

The downtown community is made up of over 26,000 people. They spend more than three hundred and six million dollars each year. Yes, more than \$306,000,000. This key downtown group can choose from thousands of local merchants to spend its money; but it has little direction, other than storefront ads and word of mouth, since there is no local paper to help integrate the community.



Area of distribution

Région de distribution

## Publicité profitable

*Suite de la page 1*

celles qui n'auront probablement jamais besoin du produit que nous vendons. Le 1441 est différent de ces médias. Il s'adresse à vous et aux gens qui habitent, travaillent et consomment des biens dans notre quartier. Le 1441 parlera des événements, des films, des clubs, des associations, des projets du quartier, des services, des gens, des organismes et des commerces. Il est au service de la communauté et

comme vous en faites partie, le 1441 est à votre service. Ce journal est à but non-lucratif. Bien sûr, la publicité y a sa place (environ 50% de ce journal de 12 pages); ce journal vise à nous aider, nous les résidents, à mieux comprendre ce qu'est la vie communautaire.

Ce journal sera rédigé dans les deux langues, reflétant ainsi la diversité au sein de la communauté du centre-ville. Nos articles traiteront des gens, des groupes et

des événements qui auront cours pendant le mois. Nous dresserons une liste des services communautaires essentiels, tels que hôpitaux, service de police et de pompiers, cliniques, églises, écoles. Certaines sections seront réservées aux problèmes financiers, à la santé, à l'opinion des conseillers locaux et municipaux. Bien sûr, le courrier des lecteurs vous permettra d'écrire à l'éditeur, de passer des commentaires.

**VENTE!VENTE!VENTE!VENTE!VEN**

**Big Savings!**

**5-10-15% off!**

.....

**Offre spéciale!**

**Escompte de 5-10-15%!**

**SALE!SALE!SALE!SALE!SALE!SA**

**Votre potentiel  
de vente:  
Revenu annuel  
brut  
\$306,000,000  
(18,000 foyers)  
(à \$17,000 chaque)**



Cet espace  
ne coûte que  
**\$50**  
buys you  
this space



# 26,000 consommateurs

La communauté du centre-ville compte 26,000 personnes. Ce groupe dépense plus de trois cent six millions de dollars par année. Oui, plus de \$306,000,000. Ce groupe important de consommateurs peut choisir parmi des milliers de commerçants locaux; leurs décisions reposent uniquement sur les annonces dans les vitrines et le bouche à oreille, puisqu'il n'existe aucun journal local jouant le rôle d'intégration au sein de la communauté.

Notre communauté est fort diversifiée. Elle se compose de gens de toute profession, et comme vous le savez, de tout âge. Les citoyens du 3e âge totalisent 17% de la communauté du centre-ville, 32% des familles du quartier compte au moins un enfant et presque tous les résidents (96%) sont locataires.

Voici un portrait du résident moyen du secteur centre-ville, de celui ou celle qui recevra le journal 1441 et qui est susceptible de recourir à vos services: un homme ou une femme célibataire, jeune, instruit(e) et travaillant à plein temps. Voici une autre donnée statistique: les résidents du centre-ville n'habitent pas longtemps ce

secteur. Il déménage après moins de deux ans. La cause première, croyons-nous, est que ce quartier n'est pas perçu comme étant une communauté. Pour la plupart des gens, il s'agit du centre-ville et rien de plus. Vous pouvez, avec l'aide du journal 1441, modifier cette image. Une communauté plus stable serait plus bénéfique et plus agréable pour chacun de nous. Le facteur stabilité donnerait au centre-ville une vie communautaire, la vie communautaire en ferait un quartier.

## Service communautaire

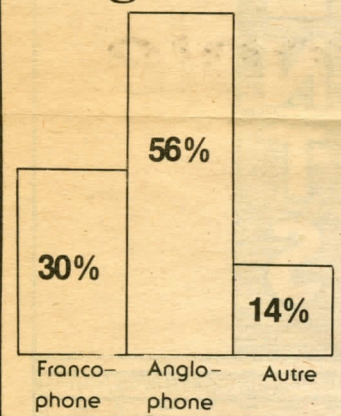
Le journal 1441 n'est pas à but lucratif. Ce journal sera soumis à un budget très limité et sera dirigé par des groupes communautaires appuyés par le YMCA. Il ne pourrait fonctionner à partir de dons. Si ce journal peut aider la communauté, les commerçants, les gens et les professionnels qui vivent ici, ces derniers peuvent aider le journal 1441. Vous lisez présentement un exemplaire type du journal communautaire. Cette publication mensuelle paraîtra à compter du 1er avril, 1979; mais avant même d'imprimer une seule page de ce journal, nous avons besoin de votre aide et ceci veut dire, bien sûr, de votre participation éventuelle à la publicité. Si ce journal devait remporter un succès, vous seriez parmi les bénéficiaires. Cet exemplaire-type fut créé à votre intention, à titre d'annonceur éventuel, afin de vous donner une meilleure idée de ce que sera ce journal, des sujets traités, des gens à qui votre annonce s'adressera, du prix qu'il en coûtera.

Une publication à but non-lucratif, au service de la communauté, voilà une expérience valable, qui ne fut pas encore tentée. Ce journal doit exister, nous en avons besoin et, avec votre aide, nous en ferons une réalité.



La communauté se compose de gens de toute profession et de tout

## Langue:



De: Statistiques Canada 1971, 1976

## Area boasts ideal market

The community is diverse. It includes people of all professions and, as any merchant knows, all ages. 17% of the downtown community is senior citizens, 32% of downtown families has at least one child, and almost everyone (96%) in the downtown area rents his or her dwelling.

But if you wanted to look at the average downtown dweller, the person most likely to receive 1441 and the kind of person most likely to use your services, it would be a

man or woman, single, young, educated and working. One other statistic. People in the downtown community don't stay long. They usually move in less than two years. To most people it's just the downtown. You and 1441 can help change that image. A more stable community is better and more enjoyable for all of us.

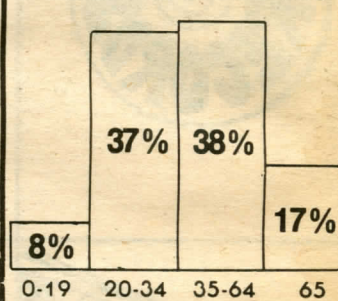
1441 is not a business. It is a newspaper that will be run on a tight budget by community groups under the YMCA. But it cannot run

on donations. If it will help the community, the merchants, the people and the professionals who live here, they can help 1441. What you are reading is a sample copy of four pages of this community newspaper. The paper will be published monthly starting April 1st, 1979, but before one page can be printed we need your backing. We need your support, and of course that means, eventually, your advertising dollars, because if this newspaper is successful, you too

will benefit by the success. This sample advertising copy was prepared especially for you, a potential advertiser so that you would get an idea of what the paper would look like, how it would feel, where your ad might go and what it will cost.

A non-profit, community-minded publication of this kind has not been attempted before. There should be one, we need one, and with your support 1441 can be successful.

## Age distribution:



Source: Statistiques Canada 1971, 1976

## Votre message



**est important!**

Small ads produce





# SPACE AVAILABLE MAINTENANT A LOUER

## ADVERTISING RATES TAUX D'ANNONCE

### Page 2,3,6,7,12

Par 1/25 <sup>e</sup> de la page	\$25.00	per 1/25th of a page
Par 1/5 <sup>e</sup> de la page	\$125.00	per 1/5th of a page
Par la page	\$625.00	per full page

### Page 8,9,10,11

Par 1/25 <sup>e</sup> de la page	\$21.60	per 1/25th of a page
Par 1/5 <sup>e</sup> de la page	\$108.00	per 1/5th of a page
Par la page	\$540.00	per full page

### FREQUENCY REBATES RABAIS DE FREQUENCE

3 Editions:	5%
6 Editions:	10%
10 Editions:	15%

RENSEIGNEMENTS  
**849-5331**  
INFORMATION

**École  
School**



ESPACE  
A  
LOUER  
SPACE  
TO  
RENT  
Tel 849-5331

**BOOKS**

**V  
E  
T  
E  
M  
E  
N  
T  
S**



**SOUVENIRS**

**1441**

**C  
I  
N  
E  
M  
A**

**BOTTES**  
**shoes**

**SALON**  
*coiffure*

**Restaurant**

